

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
1.7 Jadwal Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Pengertian Administrasi Bisnis	15
2.2 Pemasaran	16
2.3 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	17
2.3.1 Tujuan <i>Sales Promotion</i>	17
2.3.2 Alat <i>Sales Promotion</i>	19
2.4 Kualitas Layanan	20

2.4.1	<i>E-Service Quality</i>	21
2.4.2	Dimensi <i>E-Service Quality</i>	22
2.5	<i>Repeat Purchase</i>	23
2.5.1	Faktor yang mempengaruhi <i>Repeat Purchase</i> (minat beli ulang)	24
2.5.2	Dimensi <i>Repeat Purchase</i>	25
2.6	Penelitian Terdahulu	26
2.7	Kerangka Pemikiran	29
2.8	Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3	Ruang Lingkup Penelitian	35
3.4	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.4.1	Operasional Variabel	35
3.4.2	Skala Pengukuran	36
3.5	Populasi dan Sampel	37
3.5.1	Populasi	37
3.5.2	Sampel	38
3.6	Teknik Pengujian Instrumen.....	39
3.6.1	Uji Validitas.....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.1	<i>Method Of Succesiv Interval (MSI)</i>	42
3.7.2	Statistik Inferensial	43
3.7.3	<i>Partial Least Squares (PLS)</i>	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Objek Penelitian	46

4.2	Hasil Pengumpulan Data	47
4.3	Karakteristik Responden.....	47
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	47
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	50
4.4	Hasil Penelitian.....	50
4.4.1	Hasil Analisis Outer Model	50
4.4.2	Hasil Analisis Inner Model.....	55
4.4.3	Hasil Analisis Hipotesis	58
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
	BAB V PENUTUP	65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Rekomendasi.....	66
	DAFTAR PUSTAKA	66
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Waktu Penelitian	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert's	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	49
Tabel 4.6 Hasil <i>Convergent Validity</i>	50
Tabel 4.7 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	51
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	53
Tabel 4.10 <i>Cronbach Alpha</i>	54
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi R^2	55
Tabel 4.12 <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i>	56
Tabel 4.13 Nilai Rata-rata <i>Communality</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan pengguna <i>e-commerce</i> Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Grafik aktivitas Pelanggan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 1.4 Grafik Pertumbuhan <i>e-commerce</i> tercepat.....	4
Gambar 1.5 Grafik Pasar <i>e-commerce</i> Indonesia.....	5
Gambar 1.6 Konsumen <i>e-commerce</i> Indonesia	6
Gambar 1.7 Grafik Kecenderungan peralihan <i>Flatform</i> Menurut Gen.....	7
Gambar 1.8 Grafik top <i>E-Commerce</i>	9
Gambar 1.9 Grafik Pengunjung Web Bulanan	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	45
Gambar 4.2 Hasil Perhitungan Anova	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket

Lampiran 2: Tabulasi Data

Lampiran 3: Tabulasi Data Setelah MSI

Lampiran 4: Hasil Output SmartPLS